

КАК ЗАПОЛНИТЬ БИЗНЕС-ЦЕНТР

*ЕСЛИ ГАЗПРОМ НЕ
ПРИШЕЛ*



ОРГАНИЗАТОР:



ОПЕРАТОР:

PROEVENTS

ПРИ ПОДДЕРЖКЕ:



15
06

Алексей Федоров
Коммерческий директор
УК АНМ
Генеральный директор
Новый офис

Психология и модель поведения офисных арендаторов



Кто и как ищет офис и принимает решение

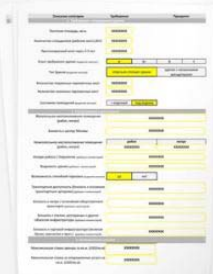
Никто не переезжает просто так, для смены офиса нужны веские причины

1. Выгоняют – снос здания или решение собственника
2. Невозможно работать – серьезные технические проблемы
3. Существенное изменение площадей
4. Серьезное изменение финансовой ситуации
5. Повышение арендной ставки за пределы зоны комфорта
6. Смена руководства у арендатора
7. Накопившиеся мелкие нарекания к офису и к управляющей компании превысили критическую массу

Как компания выбирает офис в теории

Формируем техзадание

на поиск офиса, учитывающего потребности компании
на 3-5-7 лет вперед



- Прогноз численности персонала
- Взаимодействие подразделений
- Разделение или консолидация офисов
- Расположение — «имидж, клиенты, конкуренты, налоговая и т.д.»
- Технические характеристики
- Нестандартные требования
- ...

ILM

И составляем короткий список объектов



- 12 000 объектов в Москве
- 800 в секторе ваших поисков
- 100 свободны и подходят по основным критериям
- 20 полностью соответствуют требованиям
- 10 рекомендуем к просмотру
- 3 в коротком списке

ILM

Получаем эффективную стоимость 1 рабочего места за весь срок аренды



- 43 400\$ за 5 лет
- 45 800\$ за 5 лет
- 41 500\$ за 5 лет

ILM

Мы торгуемся о цене



- Ведём параллельные переговоры* по объектам короткого списка
- Выявляем скрытые факторы, влияющие на итоговый cash flow

*Профессионально «сталиваем лбами» владельцев зданий

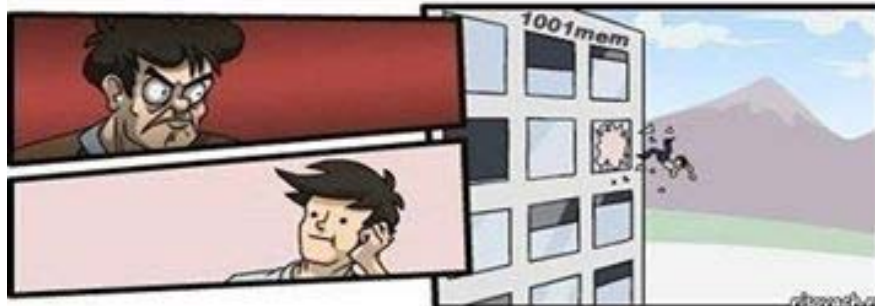
ILM

Как компания выбирает офис на практике

- Исполнителю ставится общая задача
- Самостоятельный поиск в интернете
- Попадание к агентам
- «Достаточное» количество вариантов
- Параллельно подбор ведет и сам директор

- **Чем раньше и чем в большее количество списков попадет бизнес-центр, тем выше шансы заполучить клиента хотя бы на первичный просмотр**

Первое рассмотрение списка



- Поиск идеала
- Выбор тех, к кому нельзя придраться
- Мало попасть в первый список, надо еще предстать в нем в настолько идеальном виде, чтобы не быть отбракованным и попасть в приоритетные 3-4 варианта

Первый просмотр

- Кто бы ни приехал, он представляет компанию
- Именно сейчас у клиента есть время сосредоточиться на выборе офиса
- В 90% случаев отсеивание и распределение вариантов происходит на первом просмотре
- **Первый просмотр – это главный и часто единственный шанс стать предпочтительным вариантом в глазах арендатора**

Решение и переговоры

- ~~Максимально выгодное соотношение цена/качество/договор~~
- Решение уже принято
- Звонить бесполезно или даже вредно
- Рассматривается один-два варианта
- Выбирают не лучшее по соотношению, а лучшее из того, что могут себе позволить



Арендатор принимает решение не в ходе и не по результатам переговоров, а еще до них, когда разделяет варианты на основной и запасной. И использует переговоры лишь для того, чтобы определить, может ли он позволить себе основной вариант

Сопротивление прежнего арендодателя



ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

- Чем раньше и чем в большее количество списков попадет бизнес-центр, тем выше шансы заполучить клиента хотя бы на первичный просмотр
- Мало попасть в первый список, надо еще предстать в нем в настолько идеальном виде, чтобы не быть отбракованным и попасть в приоритетные 3-4 варианта
- Первый просмотр – это главный и часто единственный шанс стать предпочтительным вариантом в глазах арендатора
- Арендатор принимает решение не в ходе и не по результатам переговоров, а еще до них, когда разделяет варианты на основной и запасной
- Финальное решение принимается по принципу: могу ли я позволить себе основной вариант?
- Нужно учитывать возможность ответных шагов нынешнего арендодателя

Маркетинговая стратегия офисного арендодателя

ЦЕЛИ

- **Максимизировать количество обращений клиентов (входящих звонков и иных контактов)**
- **Максимизировать конверсию первичных обращений в просмотры**
- **Максимизировать выход с просмотров на переговоры, предпочтительно в статусе основного варианта**

Маркетинговая стратегия офисного арендодателя

ЦЕЛИ

- Максимизировать количество обращений клиентов (входящих звонков и иных контактов)
- Максимизировать конверсию первичных обращений в просмотры
- Максимизировать выход с просмотров на переговоры, предпочтительно в статусе основного варианта

МЕТОДЫ

- Шаг 1. Сформировать адекватное рынку предложение
- Шаг 2. Организовать правильную рекламу
- Шаг 3. Отшлифовать технические аспекты работы
- Шаг 4. Наладить эффективную работу с агентами
- Шаг 5. Запустить активный маркетинг

Адекватное рынку предложение

Местоположение	плохо	средне	хорошо
Престижность	плохо	средне	хорошо
Класс	плохо	средне	хорошо
Удобство	плохо	средне	хорошо
Цена	плохо	средне	хорошо

Адекватное рынку предложение Нарезка площадей

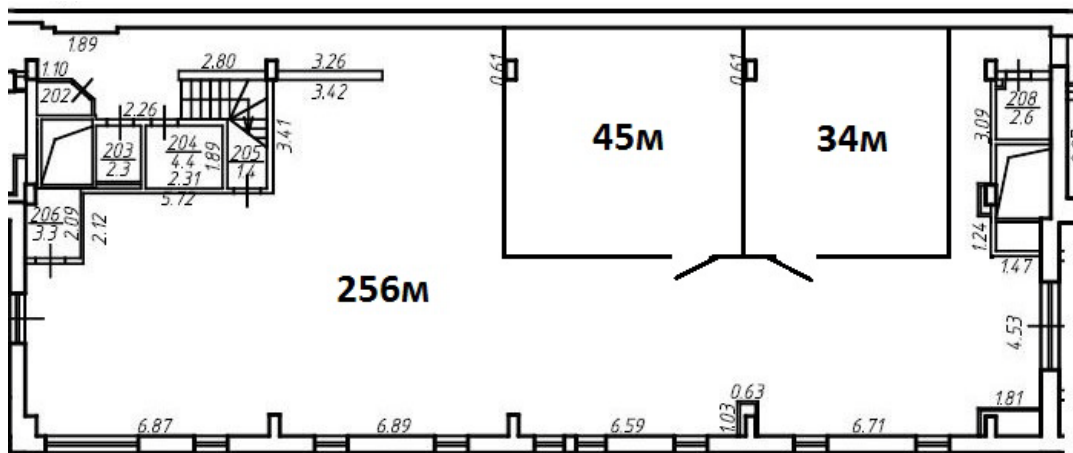
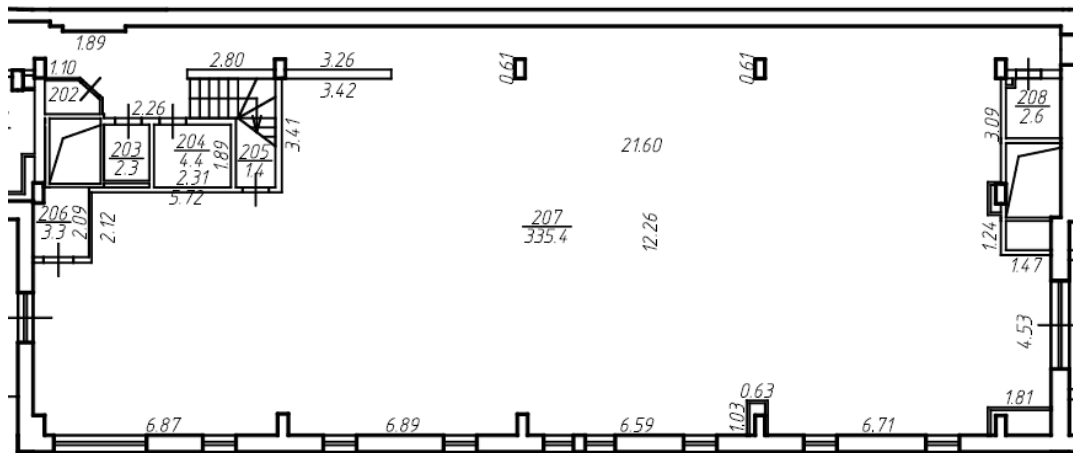
1. Собрать данные о вакантных помещениях в основных типоразмерах: 20, 50, 100, 150, 250, 350, 500, 750, 1000, 1500, 2000 кв.м.
2. Наложить полученные данные на планировки конкретных бизнес-центров
3. Посоветоваться с конкурентами
4. Применить к своему зданию

Адекватное рынку предложение Отделка



Адекватное рынку предложение

Планировка



Адекватное рынку предложение

Планировка

- до 40 кв.м. open space
- 50-70: 1-2 кабинета (10-20) + open space
- 100-150: ресепшн, 2-3 кабинета, open space или два больших зала
- Больше: на каждые следующие 100 кв.м. 1 кабинет, + на каждые 250 кв.м. 1 переговорная (20-30), остальное open space либо залы по 40-50 кв.м.

Адекватное рынку предложение

Ценовая политика

- Сравнить БЦ
- Сравнить помещения и их параметры
- Оценить конкретные офисы
 - избегать излишнего округления
 - устанавливать цену на 10 рублей ниже ближайшего психологического порога

Адекватное рынку предложение

Ценовая политика

- Офис 101: 100 кв.м., отдельный вход с улицы, витринные окна, высокие потолки, свободная планировка, готовая отделка – 1275 руб. за кв.м.
- Офис 201: 50 кв.м., свободная планировка, готовая отделка – 785 руб. за кв.м.
- Офис 202: 50 кв.м., кабинетная планировка, готовая отделка – 835 руб. за кв.м.
- Офис 302: 20 кв.м., свободная планировка, готовая отделка – 995 руб. за кв.м.
- Офис 501: 200 кв.м., низкие потолки, без отделки – 585 руб. за кв.м.

Эффективная реклама офисных помещений



Аренда помещения в деловом центре

Сдаётся в аренду офисное помещение - 100 м2. Св. МКАД. Прямая аренда, любой срок. Предоплата 1 мес. Потолки 3.75 м.

АРЕНДА

★ 133000р./месяц. | Пешком до а/п Внуково!

Планировки | Расположение | Просмотреть цены

БЦ «ЛАХТА»/ЛАНТА, ул.Оптиков, д.4, корп. 2-3

АРЕНДА ОТ СОБСТВЕННИКА
Бизнес-центр класса В+
10 мин. пешком от станции метро «Старая Деревня»
От 68 кв.м
Офисные блоки 650 кв.м, 1030 кв.м, 1680 кв.м, выставочный зал 1150 кв.м (1-й этаж, отдельный вход)
Круглосуточная охрана, ресепшн
Современные инженерные системы
Кафе, фитнес-клуб с бассейном, МРЗО

Московский район, БИЗНЕС-ЦЕНТР «ОСИПОФФ»



**21 год
на рынке
аренды**

реклама

- 10 мин от ст.м «Электросила» и ст.м «Московские ворота»
- Отдельный вход, ресепшн, видеонаблюдение
- Круглосуточная охрана, парковка, телефония, Интернет
- Теннисный корт, ресторан, зимний сад, атриум, Wi-Fi

www.osipof.ru

Тел.: 961-38-33, 388-07-60, факс 388-20-71

ОФИСЫ | НОВЫЙ БИЗНЕС-ЦЕНТР Красногвардейский район класс А



Comcity.

С НОВЫМ ОФИСОМ!
Офисный парк Comcity.



ИТОГИ 2016 ГОДА
• 4200 рабочих мест
• Новые здания и новые офисы
• Просторные 3000-метровые рабочие пространства
• Офисы в бизнес-центре
• Новые фитнес-клубы
• Фирменная охрана
и инженерные системы класса А+С

+7 (495) 799 94 4
www.comcity.com
RUE Real Estate Rus

Хотите открыть филиал в Тюмени? Начните с хорошего офиса!

+7 (3452) 566-366



Аренда офисов
от 50 м² до 1200 м²

Тюмень
ул.Пермякова, 1/5
www.nobel-Imm.ru

Что и как рекламировать

Эффективная реклама офисных помещений

- До ввода в эксплуатацию имиджевая реклама
- После ввода в эксплуатацию сбытовая реклама
- После заполнения бизнес-центра вновь имиджевая реклама

Имиджевая реклама



НОБЕЛЬ tyumen

**Хотите открыть филиал в Тюмени?
Начните с хорошего офиса!**

+7 (3452) 566-366


НОБЕЛЬ tyumen

Аренда офисов
от 50 м² до 1200 м²

Тюмень
ул.Пермякова, 1/5
www.nobel-tmn.ru

Сбытовая реклама

Реклама ключевых преимуществ



БАЛТИЙСКИЙ
ПОРТ

ЭФФЕКТИВНОСТЬ

ул.Маршала Говорова 49
+7 (812) 413-93-96
arenda@balticport.ru



БАЛТИЙСКИЙ
ПОРТ

ДИЗАЙН

ул.Маршала Говорова 49
+7 (812) 413-93-96
arenda@balticport.ru



БАЛТИЙСКИЙ
ПОРТ

КОМФОРТ

ул.Маршала Говорова 49
+7 (812) 413-93-96
arenda@balticport.ru

Сбытовая реклама

Реклама конкретных помещений

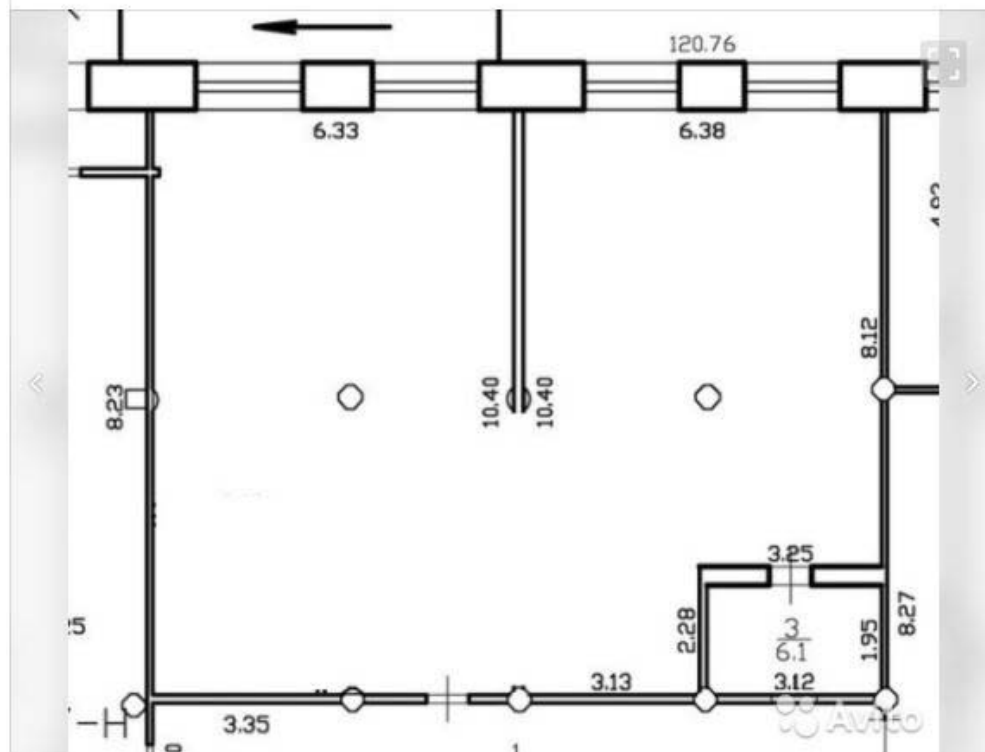
☆ **Офисное помещение, 123.4 м²**

№ 743043670, размещено 5 июня в 15:55 [1326 \(+4\)](#)

✓ **1 400 ₪/в месяц за м²**

Залог 1 400 ₪

[Купить в кредит](#)



8 812 336-55-64

[Написать сообщение](#)

Агентство:

[УК АНМ](#)

Подтверждён

На Avito с декабря 2015

Контактное лицо

Коммерческий отдел

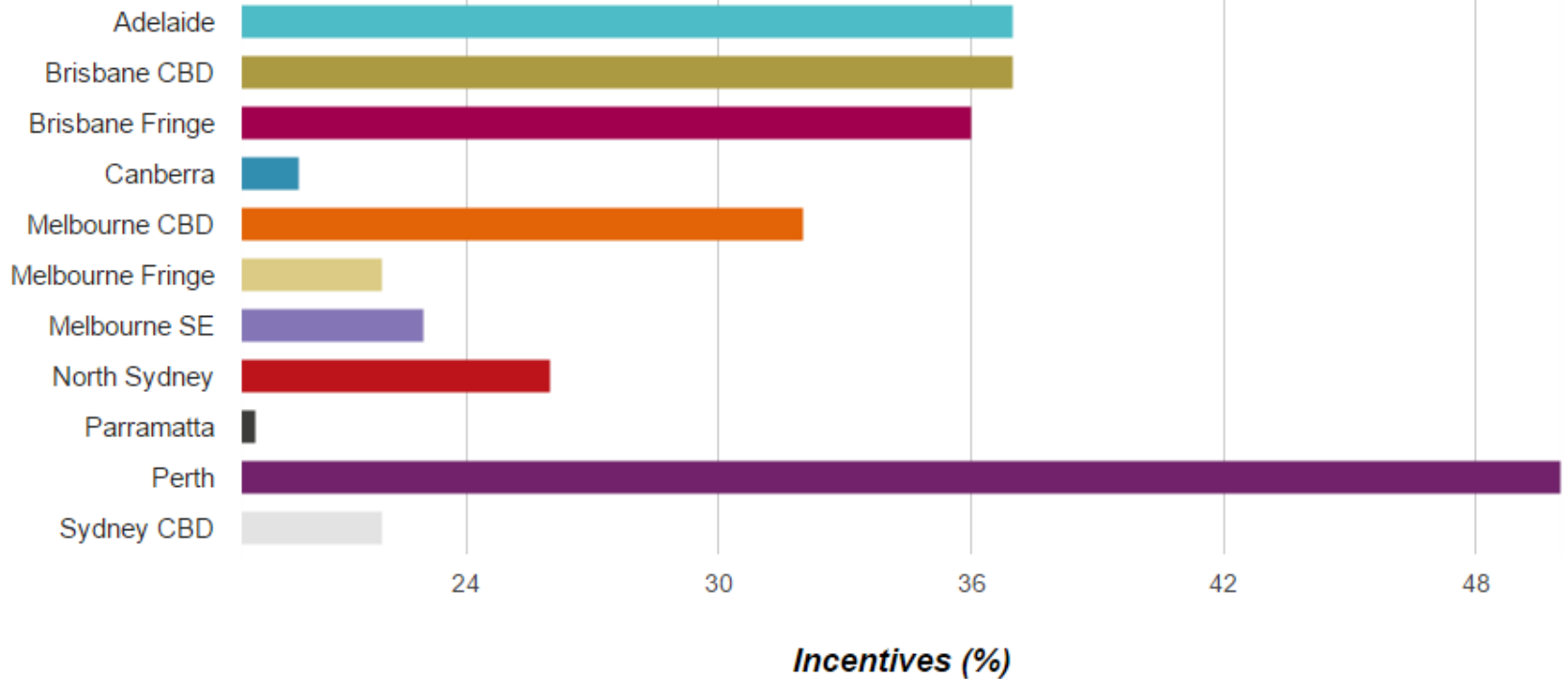
Адрес

Санкт-Петербург, м. Елизаровская,
Обуховской Оборона пр-кт, 70к3



Акции и спецпредложения

Q1 2017



Source: JLL Research

Акции и спецпредложения


АКЦИЯ
в БЦ
класса В+

ОФИСЫ по 500 руб/м²/мес

Офисы доступны для аренды в зданиях: ТОВ «Визит» и БЦ «Сколково-Центр» с 01.02 по 30.04.2017 | Подробнее по т. 3290-444

ТЕОРЕМА
УПРАВЛЯЮЩАЯ КОМПАНИЯ

ВЫБЕРИ СВОЙ БОНУС!



УСПЕЙ
В ИЮНЕ

01.06.17
ТОЛЬКО В ИЮНЕ КЛИНИНГ,
ДОСТАВКА ВОДЫ ИЛИ
ПЕРЕВОЗКА В ПОДАРОК

АРЕНДУЙ ОФИС

Арендная ставка **0 руб**



БЕСПЛАТНО

13.04.17
СУПЕРАКЦИЯ "АРЕНДУЙ ОФИС
БЕСПЛАТНО".

АКЦИЯ
ВЫГОДНО, КАК НИКОГДА!




УСПЕЙ
Занять
свое
МЕСТО

АКЦИЯ

от 299 руб./кв.м

31.03.17
В АПРЕЛЕ ЗАПУЩЕНА НОВАЯ
АКЦИЯ "ВЫГОДНО, КАК
НИКОГДА"




АКЦИЯ

**ВСЕ МАРТ ПАРКИНГ
В ПОДАРОК!**

01.03.17
ТОЛЬКО В МАРТЕ
ПАРКОВОЧНОЕ МЕСТО В
ПОДАРОК!

АКЦИЯ «ВСЁ ВКЛЮЧЕНО!»



ТОЛЬКО
В ФЕВРАЛЕ


01.02.17
АКЦИЯ "ВСЁ ВКЛЮЧЕНО".
КОММУНАЛЬНЫЕ ПЛАТЕЖИ И
КЛИНИНГ В ПОДАРОК!

**АРЕНДУЙ ОФИС -
ПОЛУЧИ КЛИЕНТОВ!**




30.12.16
АКЦИЯ "АРЕНДУЙ ОФИС -
РЕКЛАМА В ПОДАРОК"

**В ТОЦ «УНИЦЕНТР» ПРОШЛА
БЛАГОТВОРИТЕЛЬНАЯ ЯРМАРКА**



30.12.16
В ТОЦ «УНИЦЕНТР» ПРОШЛА
БЛАГОТВОРИТЕЛЬНАЯ
ЯРМАРКА

АКЦИЯ «СНЕГОВИК»



МЕСЯЦ АРЕНДЫ
И
ПЕРЕВОЗКА
В ПОДАРОК


02.12.16
АКЦИЯ "СНЕГОВИК". АРЕНДНЫЕ
КАНИКУЛЫ ОТ 2 НЕДЕЛЬ ДО 1
МЕСЯЦА

АКЦИЯ «НА ВЫСОТЕ»
2 недели аренды
БЕСПЛАТНО



02.11.16
СТАРТОВАЛА АКЦИЯ "НА
ВЫСОТЕ" НА АРЕНДУ ОФИСОВ В
БЦ "ОСТРОВСКИЙ"

АКЦИЯ «НА ВЫСОТЕ»



Офисы в центре Казани
от 600 руб./кв.м
1 месяц аренды - БЕСПЛАТНО

14.09.16
ЗАПУЩЕНА АКЦИЯ "БЫСТРЫЙ
СТАРТ"

Сбытовая реклама

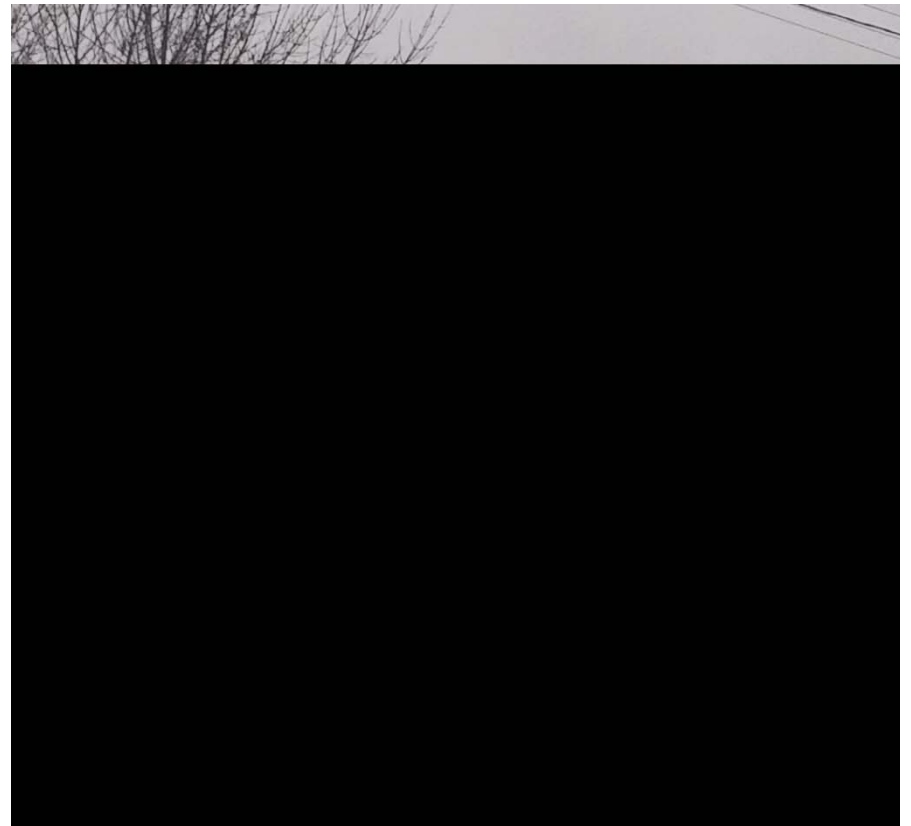
Акции и спецпредложения

- Бесплатное пользование помещением
- Временное снижение цены или увеличение срока аренды без увеличения цены
- Разнообразные формы скидок
- Встречные выплаты клиенту, возмещение его затрат
- Подарки арендатору
- Дополнительные услуги бесплатно или по сниженной цене
- Скидки при выполнении специальных условий
- Отличающиеся от стандартных условия договора
- Лотереи
- Другие акции

Где рекламировать

1. Наружная реклама
2. Интернет
 1. Агрегаторы
 2. Доски объявлений
 3. Свой сайт
 4. Контекстная реклама
3. Прочая реклама

Наружная реклама



Агрегаторы

- www.biz-cen.ru
- www.bcinform.ru
- www.ofmart.ru
- www.getlooky.ru
- www.cremap.pro
- www.officemaps.ru

Доски объявлений



- realty.yandex.ru
- office.arendator-spb.ru
- avito.ru
- theproperty.ru
- spb.cian.ru
- Saint-Petersburg.IRR.ru

Сайт бизнес-центра

ЦЕЛИ

- Дать клиенту информацию о вакантных помещениях и условиях аренды
- Донести до клиента сведения о характеристиках бизнес-центра
- Показать клиенту преимущества вашего бизнес-центра по сравнению с конкурентами

МЕТОДЫ

1. Список вакантных площадей
2. Отдельная страница каждого свободного офиса
3. Характеристики бизнес-центра
4. Фотогалерея и 3D-тур по зданию
5. Интерактивная планировка
6. Интерактивная карта локации
7. Контакты

Сайт бизнес-центра

www.sunflower.biz.ua

Business Center Sunflower
БИЗНЕС-ЦЕНТР В КИЕВЕ, +38 067 247 13 33, info@sunflower.biz.ua

главная | планы | характеристики | 3D туры | центр обслуживания | контакты

отдельный парадный вход со стороны главного фасада здания
холл с рецепцией
пропуск по бесконтактным карточкам-бейджам
комплексная система безопасности

ХАРАКТЕРИСТИКИ | 3D ТУР

расположение | сервисы | холл | интерьер | конференц-зал

ПРЕДЛАГАЕМЫЕ В АРЕНДУ ПЛОЩАДИ БИЗНЕС-ЦЕНТРА "SUNFLOWER": registry

этаж№?	лот№?	статус	S общая, м2	S эффект.,м2	доп. информация
4	9	свободно	373,3	310,8	посмотреть план 4 этажа >>
5	10	свободно	336,1	281,5	посмотреть план 5 этажа >>

registry

Презентация Бизнес-Центра "SUNFLOWER" в формате PDF PDF в новой вкладке

НОВОСТИ БИЗНЕС-ЦЕНТРА SUNFLOWER

4 floor
ПРЕДЛАГАЕТСЯ В АРЕНДУ

4 ЭТАЖ лот №9
общая площадь: 373,3 м²
эффективная площадь: 310,8 м²

Страница 1 из 1

Примеры планировочных решений с расстановкой мебели PDF в новой вкладке

Сайт бизнес-центра

www.sunflower.biz.ua

Примеры планировочных, конструктивных, технологических, дизайнерских решений в БЦ SUNFLOWER



IT компания-4 этаж



Бизнес-Туризм-5 этаж



Call Center-6 этаж



Коммерция – 7 этаж



Студии – 8 этаж



Коммерция-9 этаж



Коммерция-11 этаж



Офис-12 этаж

Продвижение и контекстная реклама

- «бизнес-центр *Название*»
- «бизнес-центр *Адрес*»
- «бизнес-центр *Улица*»
- «бизнес-центр *Район*»
- «аренда офиса *Улица*»
- «аренда офиса *Район*»

Прочая реклама

- Справочники и карты
- Социальные сети
- Печатная пресса
- Реклама на транспорте
- Буклеты, листовки, брошюры
- Рассылки, колл-центры и т.п.

Рекламный бюджет

- Наружная реклама: 50-100 т.р./год
- Агрегаторы: 0-30 т.р./мес.
- Доски объявлений: 5-30 т.р./мес.
- Сайт: 50-150 т.р.
- SEO и контекст: 25-50 т.р./мес.

Итого: 40-140 т.р./мес.

Технические аспекты

~~Актуальность информации~~

~~Простота дозвона~~

Прием звонков



Проведение показов



Переговоры



Дожим клиента



Звонок

ЦЕЛИ

1. Презентовать свое предложение в максимально выгодном свете, донести его преимущества, заинтересовать клиента
2. Получить информацию о компании-арендаторе (название, род деятельности), о собеседнике (ФИО, должность), контактные данные
3. Получить информацию о требованиях к новому офису (метраж, класс, планировка, отделка, парковка, особые требования)
4. Получить информацию о нынешнем офисе арендатора (адрес, метраж, класс) и причине переезда
5. Выяснить процедуру принятия решения и сроки, договориться о следующем контакте

МЕТОДЫ

- Представление - На этом этапе мы частично достигаем цель №2
- Общая презентация бизнес-центра – Частично достигаем цели №1
 - Первое приглашение на просмотр – Определяем уровень полномочий клиента и процедуру принятия решения, частично достигаем цели №5
- Уточнение требований клиента – Достигаем цели №3
 - Вопрос про нынешний офис – Достигаем цели №4
- Презентация конкретного офиса – Окончательно достигаем цели №1
 - Повторное приглашение на просмотр – Закрепляем в сознании клиента идею просмотра, уточняем процедуру принятия решения
- Договоренность о направлении индивидуального коммерческого предложения – окончательно достигаем целей №2 и №5

Показ

ЦЕЛИ

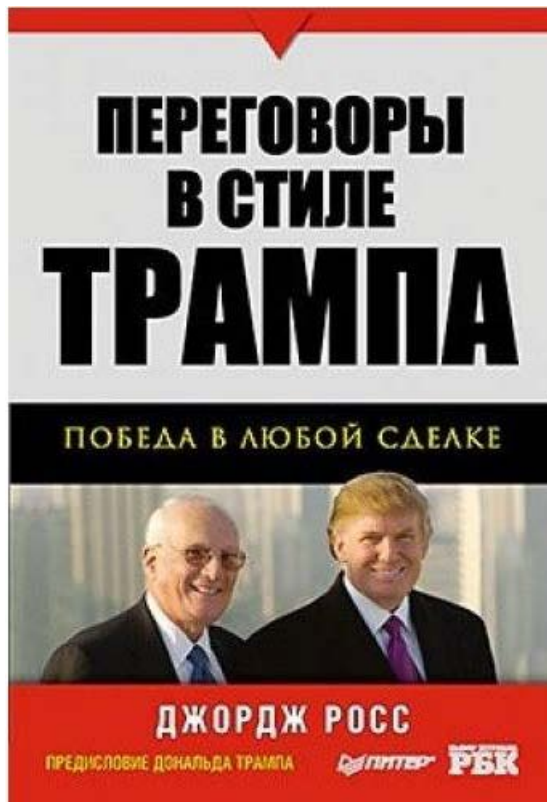
1. Презентовать территорию, здание и помещение в максимально выгодном свете, наглядно продемонстрировать все их преимущества
2. Выяснить основные критерии, по которым клиент принимает решение, определить соответствие вашего предложения этим критериям
3. Узнать, какие еще варианты рассматривает клиент, чем они, по его мнению, лучше/хуже вашего предложения
4. Определить степень заинтересованности клиента в вашем предложении
5. Выявить лиц, участвующих в принятии решения, составить их психологический портрет, уточнить конкретно их требования к офису
6. Уточнить процедуру принятия решения и сроки, договориться о следующем контакте

МЕТОДЫ

- Представление – На этом этапе мы частично достигаем цель №5
- Показ и общая презентация бизнес-центра и территории – Частично достигаем цели №1
 - Первый контрольный вопрос: «Ну как, Вам нравится наш бизнес-центр? А что именно нравится/не нравится, что соответствует и не соответствует тому, что Вы ищете?» – Частично достигаем целей №2 и №4
- Показ и презентация конкретного офиса – Окончательно достигаем цели №1
 - Второй контрольный вопрос: «Как Вы оцениваете этот офис? Он Вам подходит?» – Продолжаем достигать №2 и №4
- Переход в переговорную комнату
 - Вопрос о других просмотренных офисах: «Что еще Вы видели? Чем мы лучше/хуже? Что у нас хорошо, а что лучше у других?» – Достигаем целей №3 и №4
 - Вопрос о дальнейших действиях и сроках решения, договоренность о следующем контакте – достигаем цели №6
- По ходу всего показа обращаем внимание на поведение и высказывания гостей, задаем уточняющие вопросы – Достигаем цели №5

Переговоры

- Принципиальные или взаимовыгодные
- Любое предложение должно иметь обоснование и должно выглядеть справедливым



Дожим клиента

- Звонок
 - Через 1 день: «изменение ситуации»
 - Цель: выявить интерес, вытащить на просмотр
- Просмотр
 - Через 2 дня: «другой клиент»
 - Цель: выявить интерес, побудить к решению

Ключевые показатели



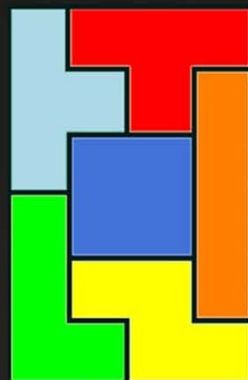
Цель: 2 к 1

Эффективная работа с агентами



1. Регулярно предоставлять актуальную информацию о свободных помещениях, их характеристиках и ценах
2. Заинтересовать агента в работе именно с вашим объектом и поддерживать эту заинтересованность
3. Использовать знания агента для улучшения вашего предложения

КЕЙС



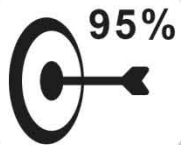
ЦЕЛЕВОЕ ЗАПОЛНЕНИЕ БИЗНЕС-ЦЕНТРА. "КЕЙС-СТАДИ"

с **75%** до **95%** за 3 месяца

ДОКЛАДЧИК: АЛЕКСЕЙ ФЕДОРОВ, ГЕН.ДИРЕКТОР ООО "НОВЫЙ ОФИС"

1

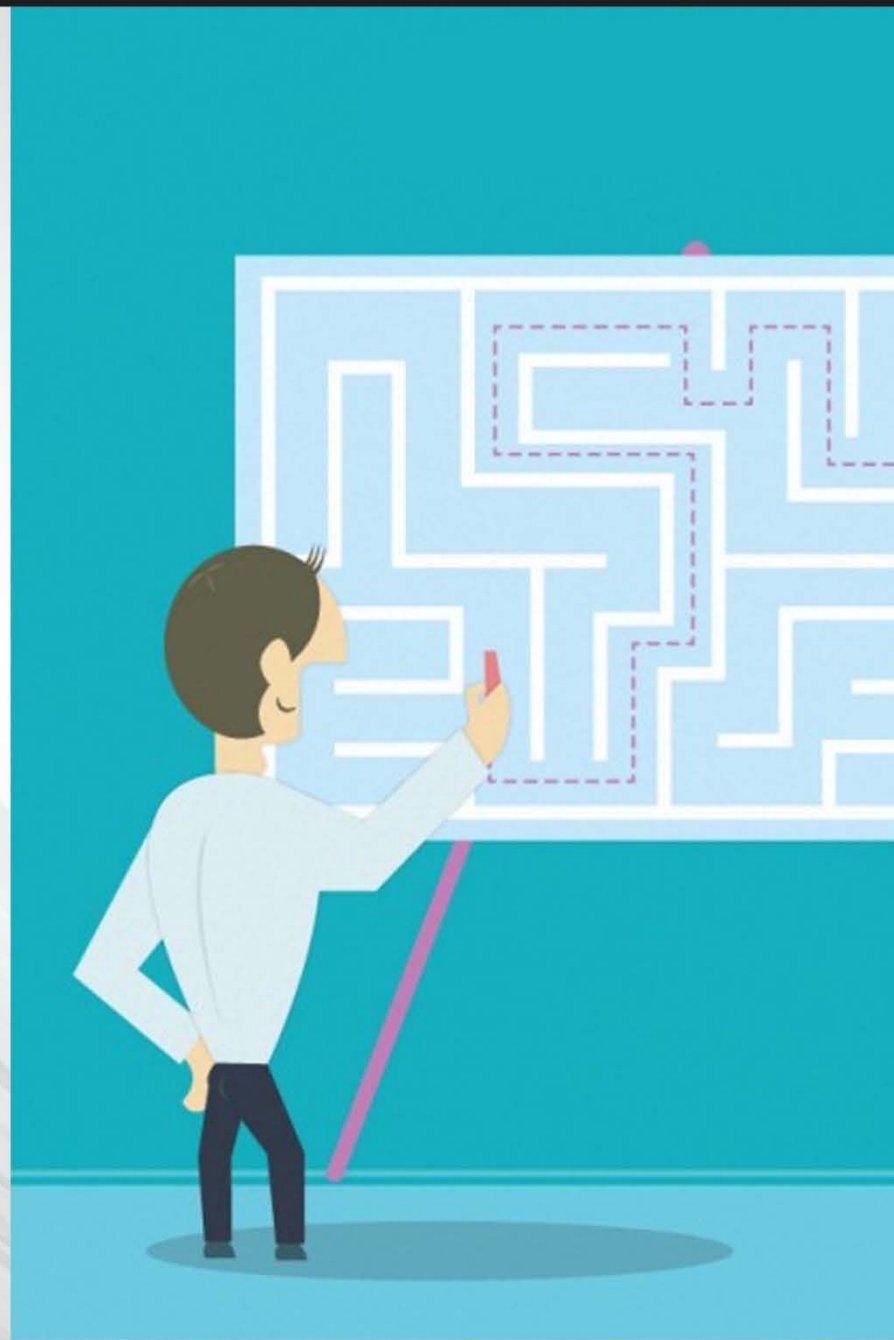
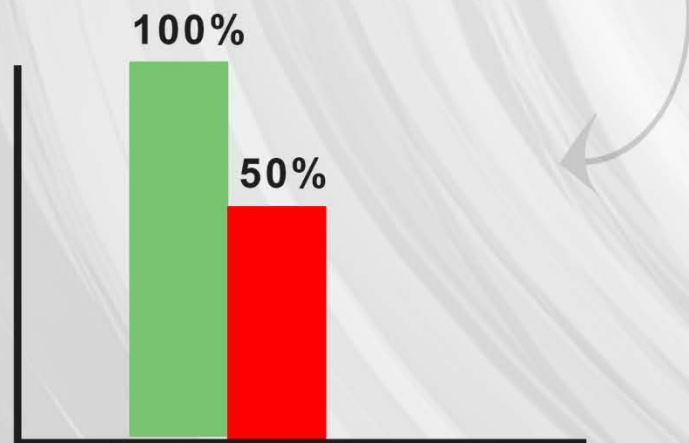
ИСХОДНЫЕ ДАнные



2

СТРАТЕГИЯ

НОВЫХ АРЕНДАТОРОВ НЕТ

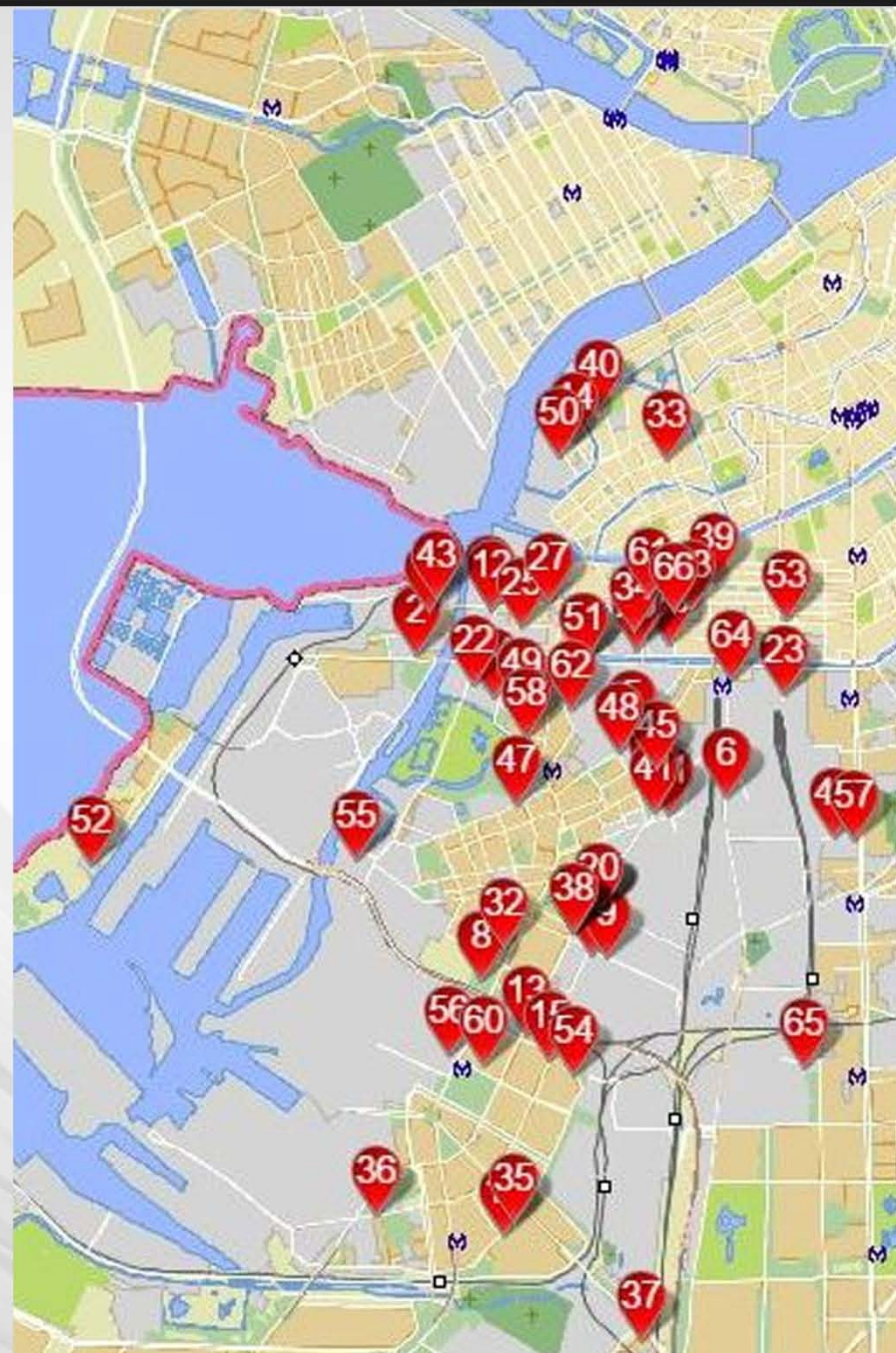


3

ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ ЧАСТЬ РАБОТЫ - 1



66 КОНКУРЕНТОВ
ОТ С- ДО В+



5 ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ ЧАСТЬ РАБОТЫ – 3



ЭФФЕКТИВНОСТЬ



ДИЗАЙН



КОМФОРТ

6

РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ

СВОБОДНЫЕ ОФИСЫ

<p>52,5 кв.м. открытая планировка</p>	<p>54,3 кв.м. открытая планировка</p>	<p>103 кв.м. кабинетная планировка</p>	<p>109 кв.м. кабинетная планировка</p>
<p>155,5 кв.м. кабинетная планировка</p>	<p>206,2 кв.м. кабинетная планировка</p>	<p>216,2 кв.м. открытая планировка</p>	<p>231 кв.м. кабинетная планировка</p>
<p>258 кв.м. смешанная планировка</p>	<p>365 кв.м. смешанная планировка</p>	<p>563 кв.м. смешанная планировка</p>	<p>780 кв.м. смешанная планировка</p>



<p>БАЛТИЙСКИЙ ПОРТ</p>	<p>БАЛТИЙСКИЙ ПОРТ</p>
<p>ОФИСЫ В+ ОТ 50 ДО 1000 М²</p>	<p>ЭФФЕКТИВНОСТЬ</p>
<p>ул.Маршала Говорова 49 +7 (812) 413-93-96 arenda@balticport.ru</p>	<p>ул.Маршала Говорова 49 +7 (812) 413-93-96 arenda@balticport.ru</p>
<p>БАЛТИЙСКИЙ ПОРТ</p>	<p>БАЛТИЙСКИЙ ПОРТ</p>
<p>ДИЗАЙН</p>	<p>КОМФОРТ</p>
<p>ул.Маршала Говорова 49 +7 (812) 413-93-96 arenda@balticport.ru</p>	<p>ул.Маршала Говорова 49 +7 (812) 413-93-96 arenda@balticport.ru</p>

7

СПЕЦИАЛЬНАЯ АКЦИЯ



РЕКЛАМА

100%



ЗВОНОК

80%



ПОКАЗ

60%

8

ПРЯМОЙ МАРКЕТИНГ



НАПРЯМУЮ ОБРАТИТЬСЯ К ЛПР



ВЫВЕСТИ ИЗ РАВНОВЕСИЯ



ДАТЬ ПРИЧИНУ ДЛЯ ПЕРЕЕЗДА

Л/Фв, 10/09/17



Уважаемый Владимир Владимирович!

Информируем Вас о специальном предложении на аренду офисов в Бизнес-центре класса B+ «Балтийский порт» по адресу: ул.Морская Говорова, 49. При заключении договора аренды офиса в ноябре/декабре специальные цены 500 рублей за кв.м.

В здании имеются свободные помещения от 50 до 1000 кв.м., в том числе с отдельным входом с улицы.

Домашнее Бизнес-центр: Эффективность, Динамика, Комфорт!

Преимущества: аренда в самом Бизнес-центре высшего качества, крытая парковка, консьерж-сервис, организационная поддержка, услуги, catering, динамик, интернет, охрана, отгрузка, пригодно-выгодно, адекватные, конкурентоспособные, выплаты, логистика, контроль, оборудование, контроль, доступ, безопасный, доступ, до центра, организационная поддержка.

Приглашаем Вас лично осмотреть офисы и оценить выгоды нашего предложения. Звоните нам по телефонам: 412-92-96 или 975-90-90.

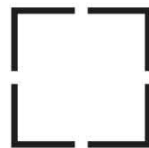
С уважением,
Марина Андреевна
Бизнес-центр «Балтийский порт»

9

ИТОГИ РАБОТЫ



5 АРЕНДАТОРОВ



999 КВ.М.



94,5%



ОБЩЕСТВО С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ
НОВЫЙ ВЛАДЕЛЕЦ

Юр. адрес: 187342 г. Санкт-Петербург ул. Седобольская, д.43, лит. А, пом. 7-Н
Тел./факс: +7(812)803-07-90
ИНН: 7813141988 КПП: 781401001
Р/с: 40702810555230000246 Северо-Западный банк Сбербанка РФ



Компания «Новый офис»,

г-ну Федорову А.А.

20.01.2016г.

Рекомендательное письмо

ООО «Новый владелец» (управляющая компания бизнес-центра «Балтийский порт») благодарит ООО «Новый офис» и лично Алексея Федорова за успешную реализацию проекта по целевому привлечению арендаторов на вакантные офисные площади.

В начале сотрудничества перед ООО «Новый офис» была поставлена задача повысить эффективность рекламы и довести заполняемость бизнес-центра с 75% до 95%. Исполнитель, работая совместно с отделом аренды бизнес-центра, выработал рекомендации по оптимизации технических и коммерческих условий аренды. Затем была спланирована, организована и проведена целевая рекламная кампания, в результате которой заметно увеличилось количество заявок от потенциальных арендаторов. Наиболее успешные результаты показала кампания прямого маркетинга, благодаря которой удалось найти несколько крупных арендаторов, один из которых занял почти все вакантные площади. В итоге за 3 месяца сотрудничества заполняемость бизнес-центра достигла 94,5%.

ООО «Новый владелец» рекомендует ООО «Новый офис» и лично Алексея Федорова всем организациям, перед которыми стоит задача заполнения арендаторами вакантных офисных площадей.

Директор

Путищев И.Г.



10

ТЕХНОЛОГИЯ 5-100

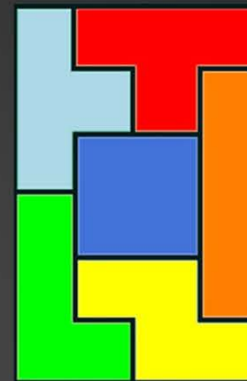
1 АДЕКВАТНОЕ РЫНКУ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

2 ПРАВИЛЬНАЯ РЕКЛАМА

3 ВСЕ ВОЗМОЖНОСТИ ИНТЕРНЕТА

4 ЭФФЕКТИВНАЯ РАБОТА С АГЕНТАМИ

5 АКТИВНЫЙ МАРКЕТИНГ



ДОКЛАДЧИК:

**АЛЕКСЕЙ ФЕДОРОВ,
ГЕН.ДИРЕКТОР
ООО "НОВЫЙ ОФИС"**

КАК ЗАПОЛНИТЬ БИЗНЕС-ЦЕНТР

*ЕСЛИ ГАЗПРОМ НЕ
ПРИШЕЛ*



ОРГАНИЗАТОР:



ОПЕРАТОР:

PROEVENTS

ПРИ ПОДДЕРЖКЕ:



15
06

Алексей Федоров
Коммерческий директор
УК АНМ
Генеральный директор
Новый офис